

Allgemeine Informationen

Wie erkennen wir Werbung durch Influencer*innen und falsche Informationen in den Nachrichten? Mit dem Quiz von „Check das Netz“ können Sie anhand von jeweils 15 Quizfragen in den Kategorien „Werbung“ und „Nachrichten“ das Bewusstsein Ihrer Schüler*innen für Beeinflussung im Internet schulen.



Zielgruppe:

- 6. und 7. Klasse / alle weiterführenden Schularten



Fächer:

- einsetzbar im Sinne des fächerübergreifenden Prinzips der politischen Bildung und der Medienbildung z. B. in Sozialkunde, Deutsch, Informatik, Wirtschaft/Recht, Geschichte
- empfohlen für Einzel- oder Partnerarbeit mit anschließender Diskussion in der Klasse



Voraussetzungen:

- kann im Computerraum oder auf Tablets gespielt werden
- Quiz-Module auf: <https://www.blz.bayern.de/check-das-netz.html>



Unterrichtseinheiten je 45 min:

- Kategorie Nachrichten und Werbung zusammen
- Kategorie Nachrichten und Kategorie Werbung getrennt
- pro Unterrichtseinheit ein Stundenkonzept sowie eine dazugehörige Präsentation als PDF (zum Download unter www.blz.bayern.de)



Materialien:

- drei Unterrichtsvorschläge für den Einsatz der Quiz-Fragen
- Glossar mit den wichtigsten Begriffen rund um Influencer*innen und soziale Medien
- wichtige Links und Informationen
- Übersicht aller Inhalte der Quiz-Kategorien (Fragen und Antworten)

Inhalte der Kategorie Werbung

Laut der PWStudie zur Beeinflussung des Kaufverhaltens durch Influencer*innen (2018) geben 56 % an, ein Produkt aufgrund der Empfehlung eines Influencers bzw. einer Influencerin gekauft zu haben. Influencer*innen werden abhängig von ihrer Followerzahl (Zahl der Abonnenten) für Werbung bezahlt. Inzwischen gibt es Gesetze, die Influencer*innen verpflichten, ihre Posts, also ihre Beiträge in Social Media, als Werbung zu kennzeichnen, wenn sie dafür Geld erhalten. Um Produktempfehlungen auf die Interessen der Nutzer*innen abzustimmen, werden Algorithmen eingesetzt, die ihnen interessensspezifische Werbung anzeigen. Diese Algorithmen werten das Verhalten der Nutzer*innen auf Social Media aus und kennen so ihre Vorlieben.

Frageblöcke je 5 Fragen	Schwerpunkt
1 - 5	Wissensfragen zu Influencer*innen und Werbung im Netz beantworten
6 - 10	versteckte Werbung in Posts von Influencer*innen erkennen
11 - 15	Algorithmen-Logik erkennen: Welche Werbung würde einer Person aufgrund ihrer Interessen angezeigt werden?

Inhalte der Kategorie Nachrichten

Bildmanipulation erfolgt nicht nur in den sozialen Medien, sondern auch in den Nachrichten. So können auch Texte, wie z. B. Schlagzeilen, bestimmte Gefühle wecken und Meinungen in eine bestimmte Richtung lenken. Die Shell-Studie von 2019 zeigt, dass jeder zweite Jugendliche YouTube nicht für eine vertrauenswürdige Quelle hält (Altersgruppe 12-25). Jugendliche vertrauen zwar klassischen Nachrichten am ehesten, dennoch ist der Konsum von Informationen über YouTube und andere Kanäle gestiegen.

Frageblöcke je 5 Fragen	Schwerpunkt
1 - 5	Wissensfragen zum Nachrichtenkonsum von Jugendlichen beantworten
6 - 10	Originalbilder und Bildmanipulationen erkennen
11 - 15	Lernen, wie Texte die Bedeutung eines Bildes verändern können

„Check das Netz!“

Stundenkonzept: Nachrichten & Werbung



Phase	Moderation	Ziele	Medien & Methoden	Zeit
Vorbereiten	Quiz-Seite auf Home-Page der BLZ im Browser aufrufen		<ul style="list-style-type: none"> Tablets oder Rechner 	ca. 4 Minuten
Hinführen	Wo informiert ihr euch über Nachrichten? Welchen Nachrichtenquellen vertraut ihr? Was fällt euch zu „Manipulation“ ein?	<ul style="list-style-type: none"> Über das eigene Verhalten beim Nachrichtenkonsum bewusst werden 	<ul style="list-style-type: none"> Präsentation, Folie 3-5 Diskussion im Plenum 	ca. 5 Minuten
Spielen/informieren	Kategorie „Nachrichten“ Aufgabe: Macht euch beim Spielen Notizen: Was lernt ihr Neues? Was findet ihr besonders interessant?	<ul style="list-style-type: none"> Fragen zum Umgang mit Nachrichten Kennenlernen unterschiedlicher Arten der Bildmanipulation Erkennen des Zusammenspiels von Sprache und Bild 	<ul style="list-style-type: none"> Folie 6 Quiz „Check das Netz“, Kategorie „Nachrichten“ Einzel- oder Partnerarbeit 	ca. 8 Minuten
Reflektieren/ beurteilen	<ul style="list-style-type: none"> Was hat euch überrascht? Bild der schlanker gemachten Frau: Woran hat man die Bildmanipulation erkannt? Warum manipulieren Menschen ihre Bilder? Macht ihr das auch? Putin auf einer Konferenz: Warum wird ein solches Bild manipuliert? 	<ul style="list-style-type: none"> Reflektieren über die Fragen des Spiels Hinterfragen des Umgangs mit eigenen Bildern (z. B. Frauen machen sich oft auf eigenen Bildern schlanker und/oder schöner, Nutzung von Filtern usw.) Erkennen der Rolle der Manipulation von Bildern in Medien und als politisches Instrument 	<ul style="list-style-type: none"> Präsentation, Folie 7-9 Diskussion im Plenum 	ca. 7 Minuten
Diskutieren	Auf welchen Social-Media-Kanälen seid ihr unterwegs? Wie vielen Influencer*innen folgt ihr ungefähr?	<ul style="list-style-type: none"> Kenntnisse über Social Media aktivieren Über Influencer*innen sprechen 	<ul style="list-style-type: none"> Präsentation, Folie 10-12 Diskussion im Plenum 	ca. 5 Minuten
Spielen/informieren	Kategorie „Werbung“ Aufgabe: Macht euch beim Spielen Notizen: Was lernt ihr Neues? Was findet ihr besonders interessant?	<ul style="list-style-type: none"> Fragen zu Influencer*innen im Netz Erkennen von versteckter Werbung in Posts Erkennen, wie Produktplatzierung anhand von Algorithmen funktioniert 	<ul style="list-style-type: none"> Quiz „Check das Netz“, Kategorie „Werbung“ Einzel- oder Partnerarbeit 	ca. 8 Minuten
Reflektieren/ beurteilen	<ul style="list-style-type: none"> Was hat euch überrascht? Vertiefung: Findet ihr in diesem Post die versteckte Werbung? Würdet ihr ein Produkt eures/eurer Lieblingsinfluencers/in kaufen? 	<ul style="list-style-type: none"> Reflektieren über die Fragen des Spiels Überprüfung des eigenen Konsumverhaltens 	<ul style="list-style-type: none"> Präsentation, Folie 14-16 Diskussion im Plenum 	ca. 7 Minuten

„Check das Netz!“
 Stundenkonzept: Nachrichten



Phase	Moderation	Ziele	Medien & Methoden	Zeit
Vorbereiten	Quiz-Seite auf Home-Page der BLZ im Browser aufrufen		<ul style="list-style-type: none"> Tablets oder Rechner 	ca. 4 Minuten)
Hinführen	Wo informiert ihr euch über Nachrichten? Welchen Nachrichten vertraut ihr? Was fällt euch zum Thema Manipulation ein?	<ul style="list-style-type: none"> Über das eigene Verhalten beim Nachrichtenkonsum bewusst werden 	<ul style="list-style-type: none"> Präsentation, Folie 3-5 Diskussion im Plenum 	ca. 5 Minuten
Spielen/ Informieren	Kategorie „Nachrichten“ Aufgabe: Macht euch beim Spielen Notizen: Was lernt ihr Neues? Was findet ihr besonders interessant?	<ul style="list-style-type: none"> Wissensfragen zum Umgang mit Nachrichten Kennenlernen unterschiedlicher Arten der Bildmanipulation Erkennen des Zusammenspiels von Sprache und Bild 	<ul style="list-style-type: none"> Quiz „Check das Netz“ Kategorie „Nachrichten“ Einzel- oder Partnerarbeit 	ca. 8 Minuten
Reflektieren/ Beurteilen	<ul style="list-style-type: none"> Was hat euch überrascht? Bild der schlanker gemachten Frau: Woran hat man die Bildmanipulation erkannt? Warum manipulieren Menschen ihre Bilder? Macht ihr das auch? Putin auf einer Konferenz: Warum wird ein solches Bild manipuliert? 	<ul style="list-style-type: none"> Reflektieren über die Fragen des Spiels Hinterfragen des Umgangs mit eigenen Bildern (z. B. Frauen machen sich oft auf eigenen Bildern schlanker und/oder schöner, Nutzung von Filtern usw.) Erkennen der Rolle von Bildmanipulation in Medien und im politischen Kontext 	<ul style="list-style-type: none"> Präsentation, Folie 7-9 	ca. 7 Minuten
Anwenden	Wie hängen Bild und Sprache zusammen? Überlegt euch zu diesem Bild eine reißerische und eine sachliche Überschrift. Stimmt im Plenum ab, welche am besten gelungen sind.	<ul style="list-style-type: none"> Erkennen, wie Bildaussagen durch unterschiedliche Texte verändert werden können 	<ul style="list-style-type: none"> Arbeitsauftrag, Folie 10 Bild, Folie 11 Zettel und Stift Einzel- oder Gruppenarbeit 	ca. 8 Minuten
Diskutieren	Handlungsmöglichkeiten Schreibt jeweils 4 Regeln für eine Checkliste, mit der man überprüfen kann, ob ein Bild oder eine Nachricht manipuliert wurde. Am Ende werden alle Ideen gesammelt und eine allgemeine Checkliste wird erstellt.	<ul style="list-style-type: none"> Erarbeitung von Handlungsmöglichkeiten 	<ul style="list-style-type: none"> Arbeitsauftrag, Folie 12 Einzel- oder Gruppenarbeit Diskussion im Plenum 	ca. 15 Minuten

„Check das Netz!“
Stundenkonzept: Werbung



Phase	Moderation	Ziele	Medien & Methoden	Zeit
Vorbereiten	Quiz-Seite auf Home-Page der BLZ im Browser aufrufen		<ul style="list-style-type: none"> Tablets oder Rechner 	ca. 4 Minuten
Diskutieren	Auf welchen Social-Media-Kanälen seid ihr unterwegs? Wie vielen Influencer*innen folgt ihr ungefähr?	<ul style="list-style-type: none"> Aktivierung der Kenntnisse über Social Media und Austausch über Influencer*innen auf Social Media 	<ul style="list-style-type: none"> Präsentation, Folie 3-4 Diskussion im Plenum 	ca. 5 Minuten
Spiel /informieren	Kategorie „Werbung“ Aufgabe: Macht euch beim Spielen Notizen: Was lernt ihr Neues? Was findet ihr besonders interessant?	<ul style="list-style-type: none"> Fragen zu Influencer*innen im Netz Erkennen von versteckter Werbung in Posts Erkennen, wie Produktplatzierung anhand von Algorithmen funktioniert 	<ul style="list-style-type: none"> Quiz „Check das Netz“ Kategorie „Werbung“ Einzel- oder Partnerarbeit 	ca. 8 Minuten
Reflektieren/ beurteilen	<ul style="list-style-type: none"> Was hat euch überrascht? Wo ist in diesem Bild Werbung versteckt? 	<ul style="list-style-type: none"> Reflektieren über die Fragen des Spiels Überprüfung des Lerninhalts 	<ul style="list-style-type: none"> Präsentation Diskussion im Plenum 	ca. 7 Minuten
Anwenden	Übung: Produktempfehlung <ul style="list-style-type: none"> Stellt einander Fragen zu euren Hobbies und Vorlieben und überlegt dann, welche Produktwerbung ihr dem/der anderen zeigen würdet. Präsentiert eure Ergebnisse. 	<ul style="list-style-type: none"> Erkennen der bewussten Manipulation durch Werbung 	<ul style="list-style-type: none"> Arbeitsauftrag mit Beispielfragen, Folie 8 Partnerarbeit Diskussion im Plenum 	ca. 6 Minuten
Anwenden/ diskutieren	Übung: Werbung produzieren <ul style="list-style-type: none"> Überlegt euch in kleinen Gruppen, für welches Produkt ihr Werbung machen wollt. Bereitet innerhalb der Gruppe die Werbung vor (als Post, Bilder, Werbespot oder als Rollenspiel ...) Nun müssen alle erraten, wofür welche Gruppe Werbung macht. 	<ul style="list-style-type: none"> Erkennen und Anwenden der Strategien von (versteckter) Werbung 	<ul style="list-style-type: none"> Folie 9 Stift und Zettel, ggf. Handy, um Fotos zu machen Gruppenarbeit (ggf. Einzelarbeit) 	ca. 10 Minuten

TikTok – eine sehr beliebte Video-Plattform aus China mit weltweit über zwei Milliarde Nutzer*innen, auf der Videos aus allen Bereichen des Lebens, darunter viele Tanzvideos, geteilt werden.

Instagram – eine beliebte Social-Media-Plattform. Nutzer*innen von Instagram können ihre Posts (Videos bzw. sogenannte Reels oder Bilder) mit Hashtags versehen, damit sie besser gefunden werden. Sehr beliebt sind auch kurze Storys, die nur 24 Stunden sichtbar sind und mit Filtern und animierten Stickers versehen werden können.

Feed, der – die Liste der Inhalte, die jemand auf sozialen Medien abonniert hat. Diese aktualisiert sich ständig, je nachdem was die Kanäle, denen man folgt, → posten.

Follower/in – Abonnent*innen, Fans und interessierte Personen, die dem Kanal von jemandem (z. B. Personen des öffentlichen Lebens, aber auch Privatpersonen) in den sozialen Medien folgen. So bekommen sie immer die neuesten → Posts der Kanäle angezeigt.

Post, der (aus dem Englischen) – der einzelne Beitrag von jemandem in den sozialen Medien, in Form von Text, Video oder Foto.

posten – etwas in den sozialen Medien veröffentlichen (meistens ein kurzer Beitrag, Foto, Video o. Ä.)

Influencer*in oder Content-Creator – die meisten Influencer*innen oder sogenannte Content-Creator haben in den sozialen Medien meist über einen längeren Zeitraum zu bestimmten Themen (z. B. Fitness, Lifestyle, Games) Inhalte veröffentlicht und so viele → Follower*innen gewonnen. Durch ihre große Reichweite sind sie für Unternehmen als Werbeträger*innen interessant. Einige von ihnen beginnen irgendwann damit, durch Werbeverträge mehr Geld mit ihren Kanälen zu verdienen.

Filter – in den sozialen Medien ist damit eine schnelle Bildbearbeitungsfunktion gemeint, mit der man die Farbgebung oder Farbstimmung eines Bildes per Klick verändern kann. Sehr beliebt sind die Filter bei Instagram und TikTok. Viele Video-Filter können das Aussehen der Filmenden sehr stark verändern.

Hashtag, der (Englisch für das Rautezeichen #) – Posts können mit einem Hashtag verschlagwortet werden, so dass sie von anderen Menschen über die Suche schnell gefunden werden können. Hashtags werden auch gerne für Kampagnen (#wirbleibenzuhause) oder Aktionen genutzt, z. B. der Hashtag #metoo, unter dem viele Frauen in den letzten Jahren ihre Erfahrungen mit sexueller Belästigung geteilt haben. Hashtags können aber auch Werbung für Markenprodukte und Unternehmen enthalten.

KI, Künstliche Intelligenz – durch die Nutzung einer künstlichen Intelligenz erstellte Medieninhalte (Bilder, Videos) können sehr realistisch wirken, aber die Realität stark verzerren. KI kommt in immer mehr Werkzeugen zur Erstellung von Text, Bildern und Videos zum Einsatz.

„Check das Netz!“ Links und Informationen

Reuters Institute Digital News Report 2022 – Ergebnisse für Deutschland:

<https://leibniz-hbi.de/en/publications/reuters-institute-digital-news-report-2022-ergebnisse-fuer-deutschland>

KIM- Studie 2018:

https://www.mpfs.de/fileadmin/files/Studien/JIM/2018/Studie/JIM2018_Gesamt.pdf

Shell-Studie 2019:

<https://www.shell.de/ueber-uns/shell-jugendstudie.html>

PWStudie 2018:

<https://www.pwc.de/de/handel-und-konsumguter/pwc-zwischen-entertainer-und-werber.pdf>

Google-Bildrückwärtssuche:

<https://support.google.com/websearch/answer/1325808?hl=de&co=GENIE.Platform%3DDesktop>

Mit KI erzeugte Bilder:

<https://www.zdf.de/nachrichten/digitales/papst-daunenjacke-fake-ki-kuenstliche-intelligenz-100.html>

<https://www.br.de/nachrichten/netzwelt/virales-papst-foto-ist-fake-so-taeuscht-kuenstliche-intelligenz,TZgc2dq>

Einführung

Influencer*innen zeigen oft, wie schön ihre Welt ist. Aber manchmal ist in den schönen Bildern auch Werbung versteckt, die man nicht sofort sieht. Wie ist es bei dir? Erkennst du immer, ob du es mit Werbung zu tun hast? Check es aus!

<p>Frage 1/15 Wie viel verdienen Influencer*innen oder Content Creator pro Post auf Instagram?</p> <ul style="list-style-type: none"> <input type="radio"/> abhängig von der Followerzahl <input type="radio"/> abhängig von der Zahl der Likes <input type="radio"/> ca. 300 Euro <input type="radio"/> abhängig vom Zeitpunkt des Posts 	<p>Richtige Antwort: Wie viel Influencer*innen verdienen, ist davon abhängig, wie viele Follower*innen sie auf ihrer Plattform haben. Je mehr Follower*innen, desto höher die Einnahmen.</p>
<p>Frage 2/15 Wann musst du in sozialen Medien Produkte auf deinem Bild als Werbung kennzeichnen?</p> <ul style="list-style-type: none"> <input type="radio"/> Wenn man ein Produkt klar und deutlich sehen kann. <input type="radio"/> Wenn du in einem Post ein Produkt, das du toll findest, deinen Freunden empfiehlst. <input type="radio"/> Wenn du Geld für einen Post bekommst oder dich an Absprachen halten musst. <input type="radio"/> Immer. 	<p>Richtige Antwort: Du musst ein Produkt auf einem Bild als Werbung kennzeichnen, ...:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Wenn du dafür von einer Firma Geld bekommst. 2. Wenn dir die Firma gesagt hat, wie du das Produkt darstellen sollst.
<p>Frage 3/15 Untersuchungen haben herausgefunden, welches Thema für die Follower*innen in sozialen Medien am interessantesten ist. Welches Thema könnte das sein?</p> <ul style="list-style-type: none"> <input type="radio"/> Politik & Wirtschaft <input type="radio"/> Musik & Film <input type="radio"/> Reisen <input type="radio"/> Essen & Ernährung 	<p>Richtige Antwort: Laut den letzten Untersuchungen zum Thema interessieren sich die meisten Follower für das Thema Essen und Ernährung. Danach kommen Reisen, Film und Musik und zum Schluss Politik und Wissenschaft.</p> <p>Quelle: www.pwc.de/Influencer-Marketing Dezember 2018</p>
<p>Frage 4/15 Wie viele der unter 20-Jährigen haben sich 2018 schon einmal oder mehrmals ein Produkt gekauft, weil es von Influencer*innen beworben wurde?</p> <ul style="list-style-type: none"> <input type="radio"/> 5% <input type="radio"/> 34% <input type="radio"/> 56% <input type="radio"/> 78% 	<p>Richtige Antwort: Eine Studie hat gezeigt, dass 56% der unter 20-Jährigen schon ein Produkt gekauft haben, das ein*e Influencer*in gepostet hat. Das liegt daran, dass besonders diese Altersgruppe Influencer*innen vertraut. Je älter die Nutzer sind, desto weniger vertrauen sie Influencer*innen.</p> <p>Quelle: www.pwc.de/Influencer-Marketing Dezember 2018</p>

„Check das Netz!“

Fragen der Kategorie Werbung

<p>Frage 5/15 Zu welchem Konzern gehören Instagram und WhatsApp?</p> <ul style="list-style-type: none">○ Meta○ Google○ Amazon○ TikTok	<p>Richtige Antwort: Meta (früher Facebook) hat im Jahr 2012 Instagram und im Jahr 2014 WhatsApp gekauft. Facebook erkannte sehr früh, wie beliebt Instagram und WhatsApp sind. Grund für den Kauf waren noch mehr Nutzerdaten durch beide Apps und die Werbeeinnahmen durch Instagram. Im Jahr 2021 benannte sich Facebook in Meta um.</p>
<p>Frage 6/15 Dieser Mann wirbt hier für ein bestimmtes Produkt, ohne dass er es kennzeichnet. Erkennst du es?</p>  <p>The image shows an Instagram post. On the left, a man is shown in profile, wearing large white headphones and holding a green apple. On the right, the post's interface is visible, showing icons for likes, comments, and shares, followed by the text: '6.508 likes', 'Max_mags_laut Hi! Ohne Musik läuft heute gar nichts!', '#Montag #rockon', '#immerdabei #coolersound'.</p>	<p>Richtige Antwort: Kopfhörer. Der Hashtag #coolersound ist ein guter Hinweis.</p>
<p>Frage 7/15 Für welches Produkt wird hier geworben?</p>  <p>The image shows a group of five people (three men and two women) smiling and holding bottles of beer, suggesting a social gathering or advertisement for a beverage.</p>	<p>Richtige Antwort: Getränke. Da muss man schon etwas genauer hinschauen.</p>
<p>Frage 8/15 Für welches Produkt wirbt Marie Sonnenschein auf diesem Bild?</p>  <p>The image shows an Instagram post. On the left, a woman (Marie Sonnenschein) is smiling and holding a green smoothie. On the right, the post's interface is visible, showing icons for likes, comments, and shares, followed by the text: '2.499 likes', 'Marie_Sonnenschein So fängt der Morgen super an!', '#natur #gesund', '#mixerXM100'.</p>	<p>Richtige Antwort: Die richtige Lösung: Marie wirbt für einen Mixer. Den sieht man auf dem Bild gar nicht, aber schaut man in die Hashtags, dann sieht man, dass sie für den #mixerXM100 wirbt. Gut versteckt, oder?</p>

„Check das Netz!“

Fragen der Kategorie Werbung

<p>Frage 9/15 Wofür wirbt dieses Pärchen auf dem Bild?</p> 	<p>Richtige Antwort: Auf dem Bild wird für die Sonnenbrille geworben, die der Mann trägt.</p>
<p>Frage 10/15 Wofür wirbt diese Frau auf YouTube?</p> 	<p>Richtige Antwort: für Schminke, genauer für Wimperntusche. Profis sehen das sofort!</p>

Soziale Medien sammeln Daten über uns (z. B. Geschlecht oder Hobbys), weil sie mehr über uns wissen wollen. So können sie uns Werbung zeigen, die uns interessieren könnte. Unternehmen nutzen diese Daten, um ihre Produkte besser zu verkaufen.

Versuche, wie ein Unternehmen zu denken: Erkennst du in den folgenden Bildern, welche Werbung zu den gezeigten Personen passen könnte?

<p>Frage 11/15 Welche Werbung könnte dieser jungen Frau auf sozialen Medien gezeigt werden?</p> <ul style="list-style-type: none"><input type="radio"/> Schokolade<input type="radio"/> Auto<input type="radio"/> Proteinshake<input type="radio"/> Kinderspielzeug 	<p>Richtige Antwort: Die junge Frau macht gerne Sport und möchte so fit wie möglich sein. Also bekommt sie Werbung für Proteinshakes, die beim Muskelaufbau helfen sollen.</p>
--	---

Frage 12/15

Welche Werbung bekommt der Mann wahrscheinlich zu sehen?

- Mode
- Yoga
- Oper
- Kochbücher



Richtige Antwort: Da der junge Mann modisch gekleidet ist, bekommt er auf jeden Fall viele coole Modelabels zu sehen.

Frage 13/15

Welche Werbung passt wohl zu dieser Frau?

- Katzenfutter
- Outdoor-Kleidung
- Gaming
- Schiffsreisen



Richtige Antwort: Die Frau geht gerne mit ihrem Hund spazieren und interessiert sich bestimmt für die Natur. Ein Thema wie die Outdoor-Kleidung könnte sie also interessieren.

Frage 14/15

Welche Werbung sehen die Mädchen wahrscheinlich oft?

- Fernreisen
- Fashion und Lifestyle
- Kampfsport
- Bürobedarf



Richtige Antwort: Die Mädchen stylen sich gerne und posten ihre Outfits.

Frage 15/15

**Jemand postet oft schöne Landschaftsbilder.
Welche Werbung könnte ihm gezeigt werden?**

- Fotokamera
- Fußball
- Immobilien
- Fast-Food



Richtige Antwort: Die Person interessiert sich wahrscheinlich für eine gute Kamera-Ausrüstung, mit der sie schöne Landschaftsbilder machen kann.

„Check das Netz!“

Fragen zur Kategorie Nachrichten



Bayerische Landeszentrale
für politische Bildungsarbeit

Einführung

Nachrichten sollten eigentlich sachlich informieren. Aber das ist gar nicht so einfach: Eine bestimmte Überschrift oder ein ausgewähltes Bild können die Meinung der Leser*innen beeinflussen, ohne dass sie es merken.

Manchmal werden gerade auf sozialen Medien Bilder so manipuliert (verändert) oder Überschriften so geschrieben, dass sie Leser*innen absichtlich beeinflussen.

Erkennst du, wo hier manipuliert wurde? Check es aus.

<p>Frage 1/15 Wo informieren sich Jugendliche am meisten über Nachrichten?</p> <ul style="list-style-type: none"><input type="radio"/> Fernsehen<input type="radio"/> Zeitungen<input type="radio"/> Radio<input type="radio"/> online	<p>Richtige Antwort: Laut einer Studie aus dem Jahr 2022 informieren sich Jugendliche am meisten online zu politischen Themen.</p> <p>Quelle: https://leibniz-hbi.de/en/publications/reuters-institute-digital-news-report-2022-ergebnisse-fuer-deutschland</p>
<p>Frage 2/15 Welchem Medium vertrauen junge Menschen am meisten, wenn sie sich über Nachrichten informieren wollen?</p> <ul style="list-style-type: none"><input type="radio"/> Twitter<input type="radio"/> öffentlich-rechtliches Fernsehen (z. B. ARD und ZDF)<input type="radio"/> Facebook<input type="radio"/> TikTok	<p>Richtige Antwort: Eine Studie aus 2019 hat herausgefunden, dass junge Menschen am meisten den Nachrichten im Fernsehen vertrauen, danach kommt YouTube, dann Facebook und zuletzt Twitter.</p> <p>Quelle: https://www.shell.de/ueber-uns/shell-jugendstudie.html</p>
<p>Frage 3/15 Gibt es ein Gesetz, das es Youtuber*innen verbietet, Politiker*innen oder Parteien zu kritisieren?</p> <ul style="list-style-type: none"><input type="radio"/> Ja, das Grundgesetz.<input type="radio"/> Nein, so ein Gesetz gibt es nicht.<input type="radio"/> Ja, den Paragraphen 512 des Strafgesetzbuches.<input type="radio"/> Es gab ein solches Gesetz, aber es wurde abgeschafft.	<p>Richtige Antwort: Es gibt kein Gesetz, das Menschen verbietet, eine Partei auf YouTube zu kritisieren.</p>
<p>Frage 4/15 Darf man im Netz alles sagen, was man will, ohne dass es Folgen hat?</p> <ul style="list-style-type: none"><input type="radio"/> Nein, im Netz gelten die gleichen Gesetze wie sonst auch.<input type="radio"/> Nein, es gibt ein eigenes Online-Strafgesetzbuch.<input type="radio"/> Ja, im Internet ist alles erlaubt.<input type="radio"/> Nur wenn man auf der Plattform angemeldet ist.	<p>Richtige Antwort: Natürlich gelten im Internet die gleichen Gesetze wie sonst auch, z. B. darf man auch im Netz nicht gegen andere hetzen oder anderen drohen.</p>

Frage 5/15

Was kann man tun, wenn man in sozialen Medien problematische Inhalte findet?

- Gar nichts.
- Das interessiert doch niemanden.
- Man muss sofort die Polizei anrufen.
- Viele Plattformen bieten die Möglichkeit, solche Inhalte zu melden.
-

Richtige Antwort: Viele Plattformen bieten eine Meldefunktion an. Wenn du problematische Inhalte meldest, müssen die Plattformen diese überprüfen. Inhalte, die wirklich problematisch sind, werden dann meistens gelöscht.

Frage 6/15

Welches der beiden Fotos ist unbearbeitet?



Richtige Antwort: Es handelt sich bei den Fotos um die gleiche Frau. Mit Hilfe von Bildbearbeitungsprogrammen wurde die Frau rechts im Bild schlanker gemacht. Nötig wäre es nicht gewesen.

Frage 7/15

Welches dieser Fotos ist echt?



Richtige Antwort: Das linke Foto ist echt. Der Hund auf der rechten Seite hat ein weißeres und glatteres Fell bekommen, man kann die Augen besser sehen. Perfekt für die Hundefutterwerbung!

Frage 8/15

Welches Foto ist das Original?



Richtige Antwort: Auf dem rechten Foto starren Politiker den russischen Präsidenten Putin an, als wäre er der Mittelpunkt dieser Runde. Dieser saß aber auf dem echten Foto (links) gar nicht auf dem Stuhl. Das gefälschte Foto wurde auf Twitter sehr oft geteilt.

„Check das Netz!“

Fragen zur Kategorie Nachrichten



Bayerische Landeszentrale
für politische Bildungsarbeit

Frage 9/15

Was hat dieses Bild von Papst Franziskus mit dem Foto von Obama und Angela Merkel gemeinsam?



Richtige Antwort: Beide Fotos sind nicht echt. Sie sind von einer KI, also von einer künstlichen Intelligenz erstellt worden.

Frage 10/15

Welches dieser Fotos wurde manipuliert?



Richtige Antwort: Schon früher gab es Manipulation von Bildern: Auf dem rechten Bild sind die Politiker, die rechts auf den Stufen standen, nicht mehr da. Sie wurden entfernt, nachdem sie bei der Regierung in Ungnade gefallen waren. Das Foto stammt aus dem Jahr 1920 und stellt den russischen Politiker Lenin bei einer Rede dar.

Frage 11/15

Bei welcher Bildunterschrift würden sich Leute am meisten aufregen?

- Grausame Besitzer: Arme Katze auf Straße ausgesetzt!
- Katze sitzt auf Straße.
- Zehn Gründe, warum Katzen die neuen Hunde sind.



Richtige Antwort: Grausame Besitzer: Arme Katze auf Straße ausgesetzt! Eigentlich sitzt die Katze tatsächlich nur auf der Straße, aber mit Hilfe von Wörtern wie „grausam“, „arm“ und „ausgesetzt“ wirkt das Bild anders.

Frage 12/15

Welche Bildunterschrift beschreibt das Bild am besten?

- Frau Müller und Frau Meier machen eine Pause.
- Skandal! Armut im Alter betrifft nur Frauen!
- Wir alle sollten mehr Zeit an der frischen Luft verbringen.



Richtige Antwort: Frau Müller und Frau Meier machen eine Pause.

Die beiden anderen Bildunterschriften sind keine sachlichen Beschreibungen des Bildes.

Frage 13/15

Welche Bildunterschrift sagt etwas, was man im Bild nicht wirklich sehen kann?

- Jugendliche verbringen ihre Zeit gerne mit Freunden!
- Beim Spielen lernen wir einander besser kennen.
- Arbeitslosigkeit unter Jugendlichen kostet unseren Staat viele Milliarden Euro!



Richtige Antwort: Arbeitslosigkeit unter Jugendlichen kostet unseren Staat viele Milliarden Euro!

Ob die Jugendlichen auf dem Bild wirklich arbeitslos sind und den Staat dadurch Geld kosten, kann man nicht sehen.

Frage 14/15

Welche Bildunterschrift löst am meisten Angst aus?

- Forscher finden heraus: Mindestens zwei Minuten Zähne putzen ist wichtig.
- Das Ende der Menschheit ist nah! Uns rennt die Zeit davon!
- Oh je! Immer mehr Menschen haben weniger Freizeit!



Richtige Antwort: Das Ende der Menschheit ist nah! Uns rennt die Zeit davon! Wer bekommt keine Angst, wenn angekündigt wird, dass das Ende nah ist?

„Check das Netz!“

Fragen zur Kategorie Nachrichten



Bayerische Landeszentrale
für politische Bildungsarbeit

Frage 15/15

Welche Bildunterschrift passt am schlechtesten zum Bild?

- Kinder, die Smartphones haben, lernen schlechter!
- Viele Kinder können schon mit Smartphones umgehen.
- Auch die ganz Kleinen können schon Handyspiele spielen!



Richtige Antwort: Kinder, die Smartphones haben, lernen schlechter! Man kann auf dem Bild nicht sehen, ob diese Kinder schlechter lernen. Deswegen passt die Bildunterschrift am wenigsten.